

MOTIF PEREMPUAN DI SURABAYA DALAM MENONTON TAYANGAN

PIALA LA LIGA 2012-2013 DI TRANS TV

(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Perempuan Di Surabaya Dalam Menonton
Tayangan Piala La Liga 2012-2013 Di Trans TV)

SKRIPSI



Disusun oleh:

M. Zainuddin Marzuky Abdillah

NPM 0943010052

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2013

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Judul Penelitian : MOTIF PEEMPUAN DI SURABAYA DALAM
MENONTON TAYANGAN PIALA LA LIGA 2012-
2013 DI TRANS TV

Nama Mahasiswa : M. Zainuddin Marzuky Abdillah

NPM : 0943010052

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah menyetujui untuk mengikuti sidang skripsi

Menyetujui,
Pembimbing :

Dra. Dyva Clareta, MSi
NPT. 3 6601 94 00251

DEKAN
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Ec. Hj Suparwati, M,Si
NIP. 195507181983022001

MOTIF PEREMPUAN DI SURABAYA DALAM MENONTON TAYANGAN PIALA La
Liga 2012-2013 DI TRANS TV
(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Perempuan Di Surabaya Dalam Menonton Tayangan
Piala La Liga 2012-2013 Di Trans Tv)
Oleh :

M.ZAINUDDIN MARZUKY ABDILLAH
NPM 0943010052

TELAH DIPERTAHANKAN DIHADAPAN DAN DITERIMA OLEH TIM PENGUJI SKRIPSI
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

PADA TANGGAL 19 JULI 2013
MENYETUJUI

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua

Dra. Dyva Clareta MSi
NPT 3 6601 94 00251

Ir. H.DidiekTranggono. M.Si
NIP.19581225 199001 1001

2. Sekertaris

Dra. Dyva Clareta, MSi
NPT 3 6601 94 00251

3. Anggota

Dra Herlina Suksmawati, MSi
NIP 19641225 199309 2001

MENGETAHUI

D E K A N

Dra.Hj. Suparwati, M.Si
NIP . 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT, penulis panjatkan karena dengan limpahan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, Skripsi yang berjudul “MOTIF PEREMPUAN DI SURABAYA DALAM MENONTON TAYANGAN PIALA LA LIGA 2012-2013 DI TRANS TV” dapat penulis susun dan selesai sebagai wujud pertanggung jawaban sebagai mahasiswa akhir.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak berikut ini:

1. ALLAH SWT dan Rasulullah Muhammad SAW untuk inspirasi serta tuntunan yang senantiasa mengilhami penulis dalam rangka “perjuangan” memaknai hidup.
2. Keluarga Tercinta, yang selalu menjadi tujuan utama penulis untuk selalu melakukan yang terbaik.
3. Juwito, S.Sos, M.Si, sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jatim.
4. Dra. Dyva Clareta, M.Si selaku Dosen Pembimbing penulis. Terima kasih atas segala kontribusi ibu terkait penyusunan skripsi ini.
5. Yunita Mariana Putri yang selalu memberikan semangat tiada tara kepada penulis.
6. Sahabat-sahabat luar biasa yang tak sekedar memotivasi dari sebelum berlangsungnya proses penelitian hingga selesainya skripsi ini: kidty,dista,witha,novie,winda,muty,vany,mbak ajeng dan juga Ak.family at Ak UPN Radio (you’re the best).

7. Alm Fachrizal Dwi Putra yang selalu menginspirasi penulis dan memberikan semangat selama penyusunan skripsi.
8. Teman-teman kelompok KKN 11 (Eleven) kalian luar biasa.
9. Laboratorium AK UPN Radio dan seluruh isinya, yang membantuku memudahkan dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Terima kasih untuk teman seperjuangan andyn dan rahma alias pevita pearce,
KALIAN LUAR BIASA J
11. Seluruh pihak yang tak dapat penulis sebutkan atas keterbatasan halaman ini, untuk segala bentuk bantuan yang diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, kritik maupun saran selalu penulis harapkan demi tercapainya hal terbaik dari skripsi ini. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sekaligus menambah pengetahuan bagi berbagai pihak. Amin.

Surabaya, 19 Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 10
2.1 Komunikasi Massa	10
2.2 Televisi Sebagai Komunikasi Massa	12
2.3 Program Siaran Televisi	19
2.4 Program Sepak Bola La Liga 2012-2013	22
2.5 Perempuan sebagai khalayak	23
2.6 Pendekatan Uses and Gratifications	27
2.7 teori kebutuhan	33
2.8 Kerangka Berfikir	34
 BAB III METODE PENELITIAN	 37
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37

3.1.1	Definisi Operasional	37
3.1.2	Pengukuran Variabel	45
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	50
3.2.1	Populasi	50
3.2.2	Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	50
3.3	Teknik Pengumpulan Data	52
3.4	Teknik Analisa Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1	Gambaran Umum Penelitian	53
4.2	Penyajian Data dan Analisis Data	54
4.2.1	Identitas Responden	54
4.2.2	Responden Dalam Menonton Tayangan	56
4.2.3	Motif Responden Dalam Menonton Tayangan ...	57
4.2.4	Kategorisasi Motif Kognitif, Motif Identitas Personal, Motif Integrasi dan Interaksi Sosial, dan Motif Diversi	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA		93
Lampiran		

ABSTRAKSI

M.ZAINUDDIN MARZUKY ABDILLAH, MOTIF PEREMPUAN DI SURABAYA DALAM MENONTON TAYANGAN PIALA LA LIGA 2012-2013 DI TRANS TV.

(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Perempuan Di Surabaya Dalam Menonton Tayangan Piala La Liga 2012-2013 Di Trans TV).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif remaja Surabaya dalam menonton tayangan piala La Liga 2012-2013 di Trans TV.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Teori Uses dan Gratifications, dan teori Kebutuhan.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan tabel frekuensi dan data dari hasil penelitian untuk selanjutnya dianalisis secara deskriptif dari setiap pertanyaan yang diajukan. Populasi dalam penelitian ini adalah perempuan yang berusia 15-24 tahun di kota Surabaya yang menonton tayangan piala La Liga 2012-2013 di Trans Tv. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa perempuan di Surabaya memiliki motif yang sedang terhadap acara piala la liga 2012-2013 di TransTV ini. Selanjutnya kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa empat motif yang diamati yakni motif kognitif, identitas personal, integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan berada pada kategori sedang artinya bahwa perempuan di Surabaya usia 15-24 tahun mempunyai motif lain selain di atas atau hanya sekedar iseng tanpa adanya motif yang mendorong perempuan untuk menontonnya.

Kata kunci : Motif, Piala La Liga 2012-2013, Perempuan

ABSTRACT

M.ZAINUDDIN MARZUKY ABDILLAH, MOTIVE WOMEN'S WATCH DISPLAY IN SURABAYA IN LA LIGA CUP 2012-2013 TRANS TV.

(Quantitative Descriptive Study On Women motive Watching Impressions In Surabaya In Cup La Liga 2012-2013 In Trans TV).

The purpose of this study was to determine the motive in watching teens Surabaya cup La Liga 2012-2013 in Trans TV.

The theory used in this study are: Uses and Gratification theory, and the theory of needs.

Methods of data analysis in this study using frequency tables and data from the research to be further analyzed by descriptive of any questions. The population in this study were women aged 15-24 years in the city of Surabaya is watching tayanga 2012-2013 La Liga trophy in Trans Tv. The sampling technique used in this study is accidental sampling.

Based on the analysis of the data showed that women in Surabaya has motives that are the 2012-2013 la liga trophy event in the Trans. Further conclusions can be drawn from this study is that the four motifs observed that cognitive motives, personal identity, integration and social interaction and entertainment motifs in middle category means that women aged 15-24 years in Surabaya has other motives than the above or just just for fun without any motive that encourages women to looking.

Keywords: Motif, La Liga Cup 2012-2013, Women

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media massa menyajikan berbagai realitas kehidupan dalam bentuk informasi kepada masyarakat. Munculnya kesadaran tentang arti dan nilai dari informasi membuat masyarakat tidak dapat melepaskan diri dari informasi yang disajikan (Sobur, 2004:162)

Bentuk media massa ini antara lain adalah surat kabar dan majalah sebagai media cetak, serta radio dan televisi sebagai media elektronik. Suatu media massa selain ditunjang dari segi kualitas juga harus didukung oleh faktor kecepatan dan ketepatannya dalam mengulas sebuah informasi. Media massa cetak maupun elektronik merupakan media massa yang banyak digunakan oleh masyarakat di berbagai lapisan social, terutama di masyarakat kota. Media massa yang sesuai dengan faktor ini adalah media massa elektronik. Salah satu media massa yang digunakan adalah televisi.

Media televisi merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki oleh komunikasi massa. Televisi telah banyak memberikan pengaruh-pengaruh dalam banyak kehidupan manusia. Televisi lahir karena perkembangan teknologi yang semakin maju. Sebagai media massa yang muncul belakangan dibanding media cetak, televisi baru berperan selama tiga puluh tahun. Televisi ini sendiri lahir karena adanya beberapa penemuan teknologi, seperti telepon, telegraf, fotografi, serta rekaman suara. Terlepas

dari semua itu pada kenyataan media televisi dapat di bahas secara mendalam, baik dari isi pesan maupun penggunaannya (Kuswandi, 1996:6)

Media televise saat ini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang menghabiskan waktunya lebih lama di depan pesawat televisi di bandingkan dengan waktu yang di gunakan ntuk waktu ngobrol dengan keluarga atau pasangan mereka. Bagi banyak teman televisi adalah teman, televisi dapat menjadi candu (Morissan, 2004 : 1)

Media televisi merupakan perpaduan antara unsure-unsur film dan unsure-unsur radio. Khalayak di rumah tidak mungkin dapat menangkap siaran televise, jika tidak ada unsur-unsur film, sebaliknya pemirsa tidak mungkin dapat mendengarkan suara dan televisi jika tidak ada unsure-unsur radio (Effendi, 1992:177)

Media televisi sebagai alat sarana yang di pergunakan komunikator untuk menyampaikan pesanya kepada khalayak, yang di harapkan khlayak tersebut dapat menangkap sasaran atau tujuan yang ingin di capai oleh komunikator dari pesan tersebut. Sebagai salah satu alat yang ingin di capai oleh komunikator dari pesan tersebut. Sebagai salah satu bentuk media massa elektronik, televisi dengan kelebihanya dapat menampilkan peristiwa tertentu yang terjadi di daerah tertentu dengan jelas tanpa harus berada di tempat kejadian serta dapat memperoleh berbagai macam informasi, karena di dukung oleh unsur kata-kata, music dan sound effect. Melalui informasi manusia dapat memperluas pengetahuan sekaligus memahami kedudukan

serta peranya dalam masyarakat, karena informasi disini sudah menjadi kebutuhan yang sangat esensial untuk mencapai tujuan.

Pemirsa menonton televisi merupakan minat setiap manusia. Pemirsa (television watcher, television viewer) adalah sasaran komunikasi melalui televisi siaran yang karena heterogen masing-masing mempunyai kerangka acuan (frame of reference) yang berbeda satu sama lain. Mereka berbeda bukan saja dalam usia dan jenis kelamin. Tetapi juga dalam latar belakang social dan kebudayaan, sehingga pada gilirannya berbeda pula dalam pekerjaan, pandangan hidup, agama dan kepercayaan, pendidikan, cita-cita, keinginan, kesenangan, dan lain sebagainya (Effendi 1992:8)

Saat ini media televisi bukan lagi di lihat sebagai barang mewah, seperti ketika pertama kali. Kini media televisi tersebut menjadi salah satu kebutuhan pokok bagi kehidupan masyarakat luas untuk mendapatkan informasi. Dengan kata lain, informasi sudah merupakan bagian dari ha manusia untuk aktualitas diri. Perkembangan teknologi komunikasi massa khususnya televisi sangat menguntungkan bagi kehidupan masyarakat luas. Televisi saat ini merupakan sarana atau media yang di sukai oleh masyarakat luas khususnya para kaum dewasa yang sudah mempunyai kegiatan yang padat mulai dari kegiatan bekerja atau kegiatan menuntut ilmu atau kuliah.

Media televisi sebagai media yang muncul belakangan dibanding media cetak dan radio ternyata memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam sisi-sisi pergaulan hidup manusia saat ini. Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukkan bahwa media tersebut telah

menguasai jarak geografis dan sosiologi. Televisi telah menjelma menjadi teleskop atau jendela dunia tempat kita bisa menyaksikan semua peristiwa, baik itu di bidang politik, ekonomi, pendidikan, social dan budaya dari luar dan dalam negeri.

Pada akhirnya media televisi mampu menjadi alat atau sarana untuk mencapai tujuan hidup manusia, baik untuk kepentingan politik maupun perdagangan, bahkan mampu melakukan perubahan ideology serta tatanan budaya manusia sudah ada sejak lama.

Dunia pertelevisian di Indonesia berkembang pesat antara lain dengan hadirnya tiga belas stasiun televisi, yaitu : TVRI, RCTI, INDOSIAR, ANTV, SCTV, MNC TV, TV ONE, GLOBAL TV, METRO TV, TRANS TV, dan TRANS 7 yang mengudara secara nasional. Hiburan-hiburan televisi bisa berupa acara music, film, kuis, reality show, siaran langsung olahraga. Demikian semakin banyaknya stasiun televisi, maka mengharuskan setiap stasiun televisi memiliki program acara yang beraneka ragam di kemas semenarik mungkin agar masyarakat menjadi tertarik untuk menonton program acara tersebut. Program-program acara yang disiarkan adalah meliputi program acara berita, program acara hiburan (music dan sinetron) program acara discovery channel (ilmu pengetahuan) dan lain-lain.

Menjamurnya beberapa stasiun televisi, membuktikan bahwa masyarakat kita membutuhkan media yang bisa memberikan informasi sekaligus hiburan yang beragam yang sudah ditamplkam di televisi. Bersama dengan berkembangnya masyarakat saat ini, khususnya dalam menyeleksi

segala macam informasi banyak stasiun televisi memilih untuk memberikan tayangan yang bersifat menghibur daripada mendidik. Hiburan mencoba di jadikan suatu kekuatan untuk menarik perhatian khalayak sehingga tidak aneh jika keberadaan hiburan dieksploitasi sedemikian rupa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian dan daya tarik dari khalayak media yaitu masyarakat atau pemirsa itu sendiri. Hiburan yang ringan dan tidak membutuhkan konsentrasi atau ketegangan, saat ini menjadi alternatif tayangan yang dianggap paling menguntungkan bagi media televisi. Hal tersebut selaras dengan salah satu fungsi media televisi sebagai media hiburan. Sebagai media hiburan, televisi menyediakan hiburan untuk pengalihan perhatian dan sarana relaksasi serta merendahkan ketegangan-ketegangan sosial (Alatas, 1997:2)

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak sekali dan jenisnya sangat beragam. Berbagai jenis program itu dapat dikelompokkan berdasarkan jenisnya yaitu : (1) program informasi (2) program hiburan. Program informasi kemudian di bagi lagi menjadi beberapa jenis yaitu berita keras atau hardnews yang merupakan laporan berita terkini dan harus segera di siarkan. Dan berita lunak atau biasa di sebut softnews yang merupakan kombinasi dari fakta, gossip dan opini. Sementara program hiburan terbagi atas lima kelompok besar yaitu musik, drama, permainan (gameshow), pertunjukan dan sport.

Sepakbola merupakan olahraga populer dan merakyat di muka bumi ini, tentu saja karena banyak diminati setiap orang. Dan tayangan sepak bola sendiri bias di nikmati untuk segala usia, baik anak-anak, orang dewasa,

maupaun orang tua. Namun tak bias di pungkiri bahwa fenomena sepak bola memang bias membuat kita terpana. Sepak bola telah menjadi ideology universal di muka bumi. Agama atau pandangan (ideologi) politik. Sepak bola pun mampu menyedot perhatian massa, menciptakan hysteria, dan mampu menggerakkan sector kegiatan di berbagai bidang seperti bisnis, seni, transportasi, busana, arsitektur, keamanan, organisasi, manajemen dan sederet panjang aspek lainnya.

Dengan banyaknya tayanga sepak bola di televisi, orang sanggup untuk duduk berjam-jam di depan televisise. Bahkan rela bangun tengah malam untuk menyaksikan tim kesayanganya bermain dan tidak memikirkan resiko apa yang akan didapat apabila pada pagi harinya akan melakukan suatu aktivitas. Bagi satasiun televisi itu merupakan sangat menguntungkan, karena stasiun televisise sendiri bisa mendapatkan penonton yang banyaj dengan rating share yang besar dan memuaskan.

Trend sepak bola sering muncul apabila ada moment tertentu atau pada saat adanya kompetisi besar, seperti piala dunia, piala eropa atau piala asia.

Menonton tayangan sepak bola La Liga 2012-2013 bagi perempuan di surabaya jelas ada tujuan tersendiri dalam kehidupanya, seperti kebutuhan untuk mencari informasi agar mendapatkan wawasan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan, keinginan untuk mencari hiburan, keinginan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat kepercayaan, kesetiaan dan status pribadi. Jika dikaitkan dengan motif, maka

motif perempuan di surabaya dalam menonton disini, menurut pendapat McQuail (2002:72) ada 4 motif:

1. Motif kognitif yaitu kebutuhan akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat tertentu yang diinginkan misalnya memuaskan rasa ingin tau pertandingan sepak bola La Liga 2012-2013 dan minat umum atau mencari berita tentang sepak bola di tayangan La Liga 2012-2013.
2. Motif identitas pribadi yaitu kebutuhan untuk menggunakan isi media untuk memperkuat sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri. Misalnya seperti rasa kagum pribadi kepada para pemain La Liga 2012-2013 untuk menjadi panutan dalam bidang sepak bola.
3. Motif integrasi dan interaksi sosial (personal relationship) yaitu keinginan untuk menyesuaikan diri lingkungan sekitar untuk mengikuti keadaan sekitarnya yaitu peserta sekolah sepak bola di surabaya dalam menonton tayangan La Liga 2012-2013 dengan motif meningkatkan hubungan baik dengan orang lain di lingkungannya.
4. Motif hiburan yaitu keinginan untuk melepaskan diri dari kejenuhan, tekanan dan kebutuhan akan hiburan yaitu motif perempuan di surabaya dalam menonton tayangan La Liga 2012-2013 adalah untuk melepaskan diri dari kejenuhan, bersantai setelah seharian beraktivitas untuk melepaskan ketegangan atau hanya untuk mengisi waktu luang sehingga memperoleh kenikmatan jiwa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Uses and Gratification.

Sesuai pendekatan uses and gratification bahwa model ini tidak tertarik

pada apa yang dilakukan media pada diri orang tetapi lebih tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sinilah timbul *uses and gratification*. Pengean dan pemenuhan kebutuhan (Rahmat.2001:65) dan khalayak yang di gunakan di dalam penelitian ini adalah perempuan berusia antara 15 thn sampai dengan 24 thn dan kenapa peneliti mengambil perempuan sebagai khalayak disini, karena perempuan itu itu di judge oleh beberapa masyarakat bahwa tidak ada kaitanya dengan dunia persepakbolaan. Pada dasarnya kodrat seorang perempuan adalah hanya sebagai penonton dan pemanis agar tidak terlihat terlalu membosankan. Akan tetapi seiring berjalanya waktu sekarang wanita juga banyak mengikuti perkembangan sepak bola secara intens dan rutin di karenakan beberapa motif tertentu, dari sinilah penulis ingin mengetahui motif perempuan dalam menonton tayangan La Liga 2012-2013 di Trans TV.

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan permasalahannya yaitu bagaimana motif perempuan di surabaya dalam menonton tayangan La Liga 2012-2013 di Trans TV?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang telah di uraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif perempuan di surabaya dalam menonton tayangan La Liga 2012-2013 di

Trans TV.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan motif para pemirsa televisi yang meningkatkan keberlakuan teori-teori komunikasi mengenai penelitian kuantitatif. penelitian ini juga di harapkan dapat memberikan pemikiran pada ilmu komunikasi dalam motif yang mendorong seorang menonton acara di televisi.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan bagi khlayak media massa dalam melihat kecenderungan masyarakat dalam menonton acara televisi.